

BAB III PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Laporan Kegiatan 1

Nama : Ahmad Jam Jamil
NPM : 1612110255
Jurusan : Manajemen

“Pembaruan desain merk produk dan inovasi kemasan produk Kerupuk kemplang “MARIO”

A. Desain warna

Pengertian

Warna merupakan salah satu hal sangat krusial dalam membuat merk, karena apabila warna yang kita gunakan salah bisa jadi pesan dan emosi yang kita ingin sampaikan kepada masyarakat menjadi kacau dan rancu. Warna merk sebaiknya sederhana dan mudah diingat, tetapi tetap bisa memberikan ekspresi langsung kepada masyarakat atau konsumen. Menggunakan warna yang sederhana juga menghemat biaya produksi.

Proses perubahan warna pada desain produk kerupuk kemplang “MARIO”





Desain merk Kerupuk Kemplang Kotak “MARIO”

Dengan penggunaan warna dasar putih dan bingkai berwarna hijau dengan ornament rumput yang terlihat lebih simple dan enak di pandang oleh mata karna tidak terlalu banyak warna yang bertabrakan, Dan memperjelas merk dan info” yang terterang dalam merk tersebut.

B. Inovasi kemasan Produk

Kemasan memiliki fungsi melindungi dan membungkus produk. Pengemasan merupakan suatu cara perlakuan pengamanan terhadap makanan atau bahan pangan, agar makanan tetap baik dalam kemasan, dan dapat sampai ke tangan konsumen dengan selamat tidak ada cacat dan rusak. Tetapi kemasan produk juga bisa melindungi produk ketika berada di took-toko retail. Meningkatkan fungsi kemasan dapat memeberikan daya tarik kepada konsumen melalui aspek warna, grafis, bentuk maupun desainnya. Banyak konsumen yang membeli secara sadar akan suatu produk karna tertarik pada suatu produk karna alasan warna, bentuk dari kemasan, Belum lagi konsumen yang membeli karna impulse buying, gara-

gara menariknya desain, atau bentuk kemasan suatu produk. Sehingga kemasan menjadi sangat efektif untuk mendorong konsumen membeli suatu produk.



Kemasan kerupuk Kemplang kotak “MARIO”

3.2 Laporan Kegiatan 2

Nama : Okta Haryadi

NPM : 1612110073

Jurusan : Manajemen

”Memberikan inovasi varian bentuk pada produk kemplang “Mario”

A. DEFINISI VARIASI

Pengertian

Menurut Kotler (2009:72). Variasi produk sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri. Jadi variasi produk adalah strategi perusahaan dengan menganeekaragaman produknya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkannya.

Variasi produk merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh untuk meningkatkan kinerja produk, jika produk tersebut tidak beragam maka produk tersebut tentu akan kalah bersaing dengan produk yang lain. Banyak beberapa UKM yang melakukan variasi atau keanekaragaman produk dapat meningkatkan rata-rata penjualan. Hal ini memberikan tantangan dalam merancang keanekaragaman suatu produk. Keputusan dari keanekaragaman produk meliputi (1) dimensi keanekaragaman produk yang dipilih oleh perusahaan dalam pemasaran, (2) hubungan antara konsumen dan saluran distribusi, (3) lokasi produksi, (4) proses teknologi, (5) lokasi di tempat yang sama, dan (6) bentuk produk.

Variasi produk adalah salah satu alternatif yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja produknya karena variasi produk dapat memberikan keuntungan bagi konsumen.

B. DEFINISI PRODUK

Pengertian

Menurut Swastha dan Irawan (1990:165), Produk adalah suatu sifat kompleks, baik dapat diraba maupun tidak diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan, pelayanan pengusaha dan pengecer, yang diterima pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk adalah suatu sifat kompleks, baik dapat diraba maupun tidak diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan, pelayanan pengusaha dan pengecer, yang diterima pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Dalam penggunaan yang lebih luas, produk dapat merujuk pada sebuah barang atau unit, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang dan jasa, atau sebuah pengelompokan industri untuk barang dan jasa.



3.3 Laporan Kegiatan 3

Nama : Edoardo Chandra
NPM : 1611050010
Jurusan : Sistem Informasi

“Pembuatan *Website* UMKM Kerupuk Kemplang Kotak Mario”

A. DEFINISI WEBSITE

Pengertian

Website adalah fasilitas internet penghubung dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh. Dokumen pada website disebut dengan *web page* sementara link dalam website memungkinkan pengguna bisa berpindah dari satu page ke page lain (*hyper text*), baik diantara page yang disimpan dalam server yang sama maupun *server* diseluruh dunia. Pages diakses dan dibaca lewat *browser* seperti *Netscape Navigator*, *Internet Explorer*, *Mozilla Firefox*, *Google Chrome* dan aplikasi *browser* lainnya (pengertian *website* dari Hakim LU saha Mandirianul, 2004)

B. Fungsi Website

Website ini pastinya punya banyak manfaat. Jadi, jika kita ingin mengetahui fungsi *website*, dapat dibagi sesuai kategori jenisnya. Jenis *website* yang berbeda

tentunya punya fungsi yang cukup berbeda juga. Apa saja? Mari ketahui lebih lanjut!

- ***Website Sebagai Sarana Informasi***

Ini adalah fungsi utama dari website umumnya yaitu sebagai sarana informasi. Website bisa jadi suatu media untuk menyebarkan informasi-informasi ke publik. Idealnya, memang website dijadikan sarana edukasi akan berbagai topik yang ada. Contohnya, anda menemukan *website* berisi berita, tips, tutorial, pengumuman penting dan lain sebagainya.

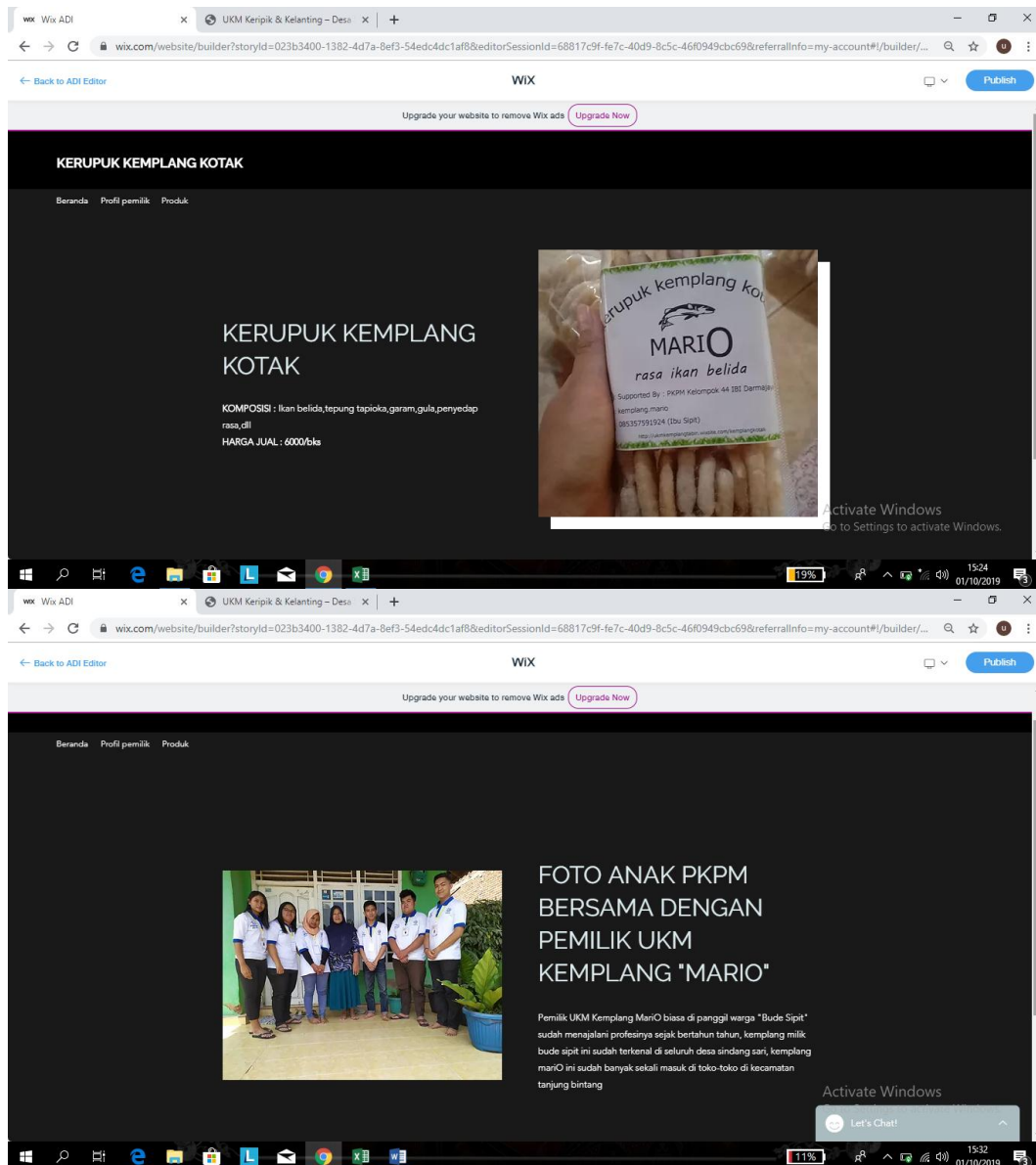
- ***Website Sebagai Sarana Jual Beli/eCommerce (Toko Online)***

Apakah Anda pernah mendengar nama-nama situs belanja besar semacam Tokopedia, Bukalapak, atau *website* beli tiket transportasi Traveloka? Ini termasuk dalam aktivasi fungsi website sebagai ecommerce. Tujuan dari website seperti ini adalah mendapat customer yang bertransaksi, meningkatkan penjualan dan loyalitas customer terhadap brand perusahaan. *Website*-nya juga tidak hanya berisi konten-konten informatif saja tetapi juga dukungan fitur tertentu semacam *payment gateway*. Ada banyak sekali elemen *website* yang harus dioptimasi untuk mensukseskan sebuah *ecommerce* yaitu proses transaksi yang mudah dilakukan web visitor/pengunjung, tampilan atraktif *website*, produk yang populer, penawaran menarik, metode pembayaran produk yang bervariasi, dan desain yang *mobile-friendly* (mengingat orang lebih banyak mengakses dari handphone).

- ***Website Sebagai Blog***

Pernah dengar istilah profesi *blogger*? Fungsi blog sebagai *website* adalah untuk update konten-konten terbaru yang banyak diminati/dibaca orang atau sekadar menjadi catatan pribadi seseorang (opini dan sebagainya).

Berikut adalah gambar halaman utama UMKM Kemplang kotak Mario



Untuk website selengkapnya dapat kunjungi :

<http://ukmkemplangtabin.wixsite.com/kemplangkotak>

3.4 Laporan Kegiatan 4

Nama : Gandis Firgin Handini

NPM : 1612110175

Jurusan : Manajemen

“ Penerapan Penjualan Produk Kerupuk Kemplang Mario Dengan Menggunakan Media Sosial “

A. Definisi Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”. Sedangkan menurut Dr.Rulli Nasrullah M.Si dalam buku Media Sosial (2016 ; 13), menyimpulkan bahwa Media Sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.”

B. FUNGSI DAN PERAN DARI MEDIA SOSIAL

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media sosial seperti blog, facebook, twitter, instagram dan youtube memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

C. Pemasaran Usaha Kerupuk Kemplang

Media Sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, Twitter dan aplikasi messenger lainnya seperti Line, WhatsApp, dan Media E-Commerce seperti BukaLapak, Shopee, Tokopedia dll. Maka dari itu media social digunakan sebagai alternatif bagi setiap pemilik bisnis untuk memasarkan atau memperkenalkan produk bisnisnya dengan cepat.

Dengan memasarkan produk usaha Kerupuk Kemplang yang dikelola oleh usaha rumahan “ Kemplang Mario” ke media social membuat pemasaran produk kerupuk kemplang ini semakin luas bukan hanya di kecamatan namun dapat ketingkat daerah-daerah lain. Sebelumnya usaha tersebut hanya dijual belikan di sekitar pasar

Berikut ini adalah analisis pemasaran dari Kerupuk Kemplang Mario :

1. Product (produk)

Produk yang dijual adalah kerupuk kemplang. Kerupuk kemplang ini adalah makanan khas dari Palembang yang terbuat dari bahan tepung tapioca dan sedikit ikan giling.

2. Place (tempat)

Usaha ini bertempat di Desa Sindang Sari, Kecamatan Tanjung Bintang, Lampung Selatan. Pemilik biasanya menjual kerupuk kemplang tersebut di sekitar pasar Pal Putih, Berhen dan kertosari .

3. Price (harga)

Untuk dapat menentukan harga maka dilakukan dengan cara menghitung biaya lain-lain dan tren yang berlaku. Jika produk yang menjadi tren hargapun bisa dinaikan dari standar harga normal (misal pada musim penghujan atau puasa ramadhan kemungkinan produk akan dibanjiri oleh konsumen) adapun rencana harga jual Kerupuk kemplang ini bervariasi dari harga Rp.10.000- 20.000

4. Promotion (Promosi)

Promosi awal yang hanya disekitar pasar Tanjung bintang lalu beralih ke Media social. Sasaran awal media social yaitu Instagram dan Shopee yang mana media tersebut banyak yang sering dikunjungi dan memungkinkan banyak yang mengetahui produk dari” kerupuk kemplang Mario”

Ini adalah media social dan e-commarce yang digunakan untuk media promosi dari “kerupuk kemplang mariO”

Shopee



Kerupuk Kemplang

Rp10.000

Belum ada penilaian | 0 Terjual

Harga Grosir Buy (≥ 6 items) Rp7.500 >

Pre-Order (dikirim dalam 7 hari)

Instagram yang digunakan



3.5 Laporan Kegiatan 5

Nama : Unike Reza Windriyani

NPM : 1612120254

Jurusan : Akuntansi

**“Membuat perhitungan Anggaran untuk produksi usaha kemplang
“MARIO”**

A. DEFINISI HARGA POKOK PRODUKSI

Pengertian

Perencanaan anggaran adalah fungsi utama dari pemimpin. Perencanaan tersebut di susun dalam bentuk keuangan. Anggaran adalah sejumlah uang yang di habiskan dalam periode tertentu untuk melaksanakan suatu program. Tidak ada satu perusahaan pun yang memiliki anggaran yang tidak terbatas, sehingga proses penyusunan anggaran menjadi hal penting dalam sebuah proses perencanaan. Ada beberapa jenis anggaran, yaitu :

- 1) Anggaran biaya

Anggaran biaya merupakan perincian rencana penggunaan keuangan untuk jangka waktu tertentu. Tujuan anggaran biaya adalah :

- a. Membantu mempelajari segala masalah yang berkaitan dengan kegiatan yang akan di laksanakan.
- b. Membantu mengawasi kegiatan dan pengeluaran uang.
- c. Mencegah pemborosan pengeluaran uang.

2) Anggaran penjualan

Anggaran penjualan adalah anggaran yang menerangkan secara terperinci tentang penjualan perusahaan di masa datang di mana dia di dalam nya ada rencana tentang jenis barang, jumlah, harga, waktu, serta tempat penjualan barang.

3) Anggaran persediaan adalah anggaran yang menguat tentang persediaan perusahaan dalam periode waktu tertentu.

Tujuan Pelaksanaan Anggaran

- a. Untuk menyatakan harapan atau sasaran perusahaan secara jelas dan formal, sehingga
- b. Mengkomunikasikan harapan manajemen kepada pihak pihak terkait sehingga anggaran di mengerti, di dukung, dan di laksanakan.
- c. Untuk mengkoordinasikan cara apa metode yang akan di laksanakan demi memaksimalkan sumber daya yang tersedia.

Metode Pelaksanaan

Biaya bahan baku kemplang /1x proses (satu hari)

| No | Bahan kemplang | Satuan | Harga/unit /kg | Total harga |
|----|----------------|-----------|----------------|-------------|
| 1. | Sagu | 25 kg | Rp 4.000 | Rp 100.000 |
| 2. | Ikan Giling | 2 ons | Rp 3.600 | Rp 7.200 |
| 3. | Penyedap rasa | 2 bungkus | Rp 4.000 | Rp 8.000 |

| | | | | |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|-------------------|
| 4. | Gula | 1 kg | Rp.12.500 | Rp 12.500 |
| 5. | Garam | 100 Gram | Rp.3.000 | Rp.3.000 |
| 6. | Kecap | 2 bungkus | Rp 5.000 | Rp 10.000 |
| 7. | Cabe | 2 kg | Rp 60.000 | Rp 120.000 |
| 8. | Asem Jawa | 6 biji | Rp 1.166 | Rp 7.000 |
| Total biaya bahan baku | | | | Rp 267.700 |

Biaya Produksi

| No | Keterangan | Unit | Harga satuan | Total harga |
|-----------------------------|--------------|--------|--------------|------------------|
| 1. | Areng | 5 kg | Rp 4.200 | Rp 21.000 |
| 2. | Stiker | | Rp 10.000 | Rp 10.000 |
| 3. | Gas | 1 buah | Rp 20.000 | Rp 20.000 |
| 4. | Plastik | 3 pak | Rp 10.000 | Rp 30.000 |
| 5. | Tali plastik | 1 rol | Rp 13.000 | Rp 13.000 |
| Total biaya penolong | | | | Rp 94.000 |

Biaya Tenaga Kerja

| No | Keterangan | Banyak | Biaya/1000 biji | Total |
|---------------------------------|---------------|---------|-----------------|------------------|
| 1. | Tenaga Garang | 3 orang | Rp 20.000 | Rp 60.000 |
| Total biaya tenaga kerja | | | | Rp 60.000 |

3.6 Laporan Kegiatan 6

Nama : Rima Annika Sabatini

NPM : 1612120196

Jurusan : Akuntansi

**“Membuat perhitungan Harga Pokok untuk produksi usaha Kemplang
“MARIO”**

B. DEFINISI HARGA POKOK PRODUKSI

Membuat perhitungan Harga Pokok Penjualan

A. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produk merupakan suatu pengorbanan dari sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang, yang telah terjadi untuk memperoleh penghasilan sehingga informasi mengenai harga pokok produk dapat digunakan sebagai dasar penentu harga jual produk disamping sebagai dasar untuk menentukan kebijakan-kebijakan yang berhubungan dengan pengelolaan perusahaan.

Elemen-elemen yang membentuk harga pokok penjualan

1. Biaya bahan baku
Bahan baku merupakan suatu bagian yang membentuk bagian yang menyeluruh dari produk jadi.
2. Biaya tenaga kerja
Biaya tenaga kerja merupakan unsur fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk.
3. Biaya overhead pabrik
Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Harga pokok penjualan

Harga pokok penjualan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual, atau bisa dikatakan penghitungan HPP merupakan perbandingan antara seluruh harga yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang yang dijual dengan hasil dari barang-barang yang dijual/penjualan (nilai-nilai dan harga jual)

Tujuan kegiatan :

1. Sebagai patokan untuk menentukan harga jual untuk mengetahui laba yang diinginkan perusahaan .

2. Apabila harga jual lebih besar dari harga pokok penjualan maka akan di peroleh laba, dan sebaliknya apabila harga jual lebih rendah dari harga pokok penjualan akan diperoleh kerugian.

Metode pelaksanaan

Usaha kemplang dalam 1 hari memproduksi kemplang 3000 biji kemplang. Berikut ini perhitungan harga jual kemplang.

Biaya operasional

| | |
|---------------------------------|-------------------|
| biaya bahan baku | Rp 267.700 |
| biaya produksi | Rp 94.000 |
| biaya tenaga kerja | Rp 60.000 |
| biaya lain lain | <u>Rp 20.000</u> |
| Jumlah biaya operasioanl | Rp 441.700 |

Harga pokok produksi

Kemplang dalam 1 hari memproduksi 25 kg aci, setelah diadon menjadi 3000 biji kemplang bakar siap kemas. Dari 3000 biji kemplang dapat diperoleh 300 renteng kemplang yang perentengnya berisi 10 pcs kemplang kemasan kecil .

- Kemplang dalam 1 hari memproduksi 300 renteng kemplang yang menghasilkan 1000 bungkus kemplang kemasan kecil.

$$\frac{441.700}{300} = \text{Rp } 1.382$$

- Laba (35% dari Harga Pokok Produksi)

$$\text{Rp } 1.382 \times 35\% = \text{Rp } 483$$

Harga Pokok Penjualan

- Harga pokok penjualan untuk 1 renteng kemplang isi 10 :

$$\text{Rp } 1.382 + \text{Rp } 483 = \text{Rp } 1.865 = \text{Rp } 1.900 \text{ (pembulatan)}$$

Tabel rincian harga jual setiap 1 renteng

| Banyaknya | Harga pokok produksi | Laba | Harga pokok penjualan |
|---------------------------|----------------------|--------|-----------------------|
| 1 renteng kemplang isi 10 | Rp 1.382 | Rp 483 | Rp 1.900 |

Ketercapaian penerapan program dalam Aspek Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana.

Berdasarkan kegiatan produksi Kemplang dalam sehari memproduksi mencapai 3.000 pcs kemplang kemasan kecil direnteng menjadi 300 renteng . dalam sehari produksi yang diperoleh usaha kemplang “MARIO” sebesar

$$300 \quad \times \quad \text{Rp } 1.900 \quad = \text{Rp } 570.000$$

Berikut ini perhitungan Laporan Laba/Rugi Usaha Kemplang “MARIO”

Tabel Laporan Laba Rugi Usaha Kemplang “MARIO”

| | | |
|------------------|------------|-------------------|
| Penjualan | | Rp 570.000 |
| Biaya- biaya: | | |
| Sagu | Rp 100.000 | |
| Ikan Giling | Rp 7.200 | |
| Penyedap rasa | Rp 8.000 | |
| Gula | Rp 12.500 | |
| Garam | Rp 3.000 | |
| Kecap | Rp 10.000 | |
| Cabe | Rp 120.000 | |
| Asem Jawa | Rp 7.000 | |
| Areng | Rp 21.000 | |
| Stiker | Rp 10.000 | |
| Gas | Rp 20.000 | |
| Plastik | Rp 30.000 | |
| Tali Plastik | Rp 13.000 | |
| Tenaga Garang | Rp 60.000 | |
| Total Biaya | | <u>Rp 421.700</u> |
| | | <u>Rp 148.300</u> |